ANÁLISIS DEL ENTORNO: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS E IDENTIFICACIÓN DE FUENTES DE INFORMACIÓN

1.- Oportunidades de negocio para la electrodomésticos en Egipto

a) Entorno económico y demográfico:
   i. Datos generales, importaciones, exportaciones, renta per cápita, tamaño familiar, etc.
   ii. Datos de consumo, hábitos de compra, nivel de equipación de los hogares, electrodomésticos más utilizados, etc.
b) Entorno cultural:
   i. Gustos, costumbres, aspectos sociales, idioma...etc, que puedan afectar a la compra de este producto y a las estrategias de marketing internacional.
   ii. Efecto "made in"
c) Entorno político y legal:
   i. Barreras y limitaciones a las importaciones (aranceles)
   ii. Incentivos a las importaciones.
   iii. Normativa aplicable
d) Entorno específico:
   i. Mercado, segmentos de clientes y características.
   ii. El sector y los principales competidores.
   iii. Distribuidores.
e) Estrategias de marketing mix posibles:
   i. Política de producto
   ii. Política de precio
   iii. Política de distribución
   iv. Política de comunicación

2.- Identificación de todas las fuentes de información utilizadas
3.- Conclusiones.

FECHA DE ENTREGA: 24 DE OCTUBRE DE 2019